

BAB II

Kajian Pustaka

A. Penelitian Terdahulu

Pertama, Pertiwi dan Ritonga (2012) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, yang menghasilkan penelitian bahwa dalam pengambilan keputusan menabung terdapat tiga faktor yang mempengaruhi yaitu faktor pelayanan, faktor keyakinan dan faktor lokasi atau jarak. Dari tiga faktor tersebut yang lebih dominan sebagai faktor pendorong masyarakat Kisaran menabung di Bank Muamalat adalah faktor keyakinan yang memiliki frekuensi sebesar 51 %.

Kedua, Abdullah dan Lubis (2012) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Minat Menabung pada Bank Syariah dikalangan Siswa SMA di Kota Medan (Studi Kasus: Siswa Madrasah Aliyah Negeri)” dengan menggunakan metode penelitian Kuantitatif Deskriptif yang menghasilkan penelitian bahwa faktor keyakinan merupakan faktor dominan sebagai faktor pendorong untuk menabung di bank syariah diikuti oleh variabel reputasi bank dan lokasi (jarak)

Ketiga, Wahyudi,dkk (2017) melakukan penelitian yang berjudul “ Analisis Minat Menabung Masyarakat Terhadap Tabungan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bukittinggi” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menghasilkan penelitian bahwa pendapatan merupakan variabel yang dominan dan mempengaruhi minat menabung masyarakat pada BNI Cabang Bukittinggi adalah sebesar 40,6% dengan koefisien korelasi 9r) sebesar 0,641 dan uji

t sebesar 4,746 yang mempunyai pengaruh sangat signifikan terhadap jumlah tabungan.

Keempat, Faisal (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah” dengan menggunakan metode penelitian Kuantitatif yang menghasilkan penelitian bahwa religiusitas dan variabel fasilitas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap mahasiswa ekonomi dan perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah, sedangkan variabel pengetahuan dan variabel promosi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa ekonomi dan perbankan Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta untuk menjadi nasabah di bank syariah.

Kelima, Yudhiarta (2012), melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen)” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menghasilkan penelitian bahwa pelayanan yang tepat merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat menabung di Bank Mega Mitra Syariah Cabang Sragen dan juga dipengaruhi oleh variabel lain yaitu bagi hasil, keyakinan dan lokasi.

Keenam, Ainina (2018), melakukan penelitian yang berjudul “ Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menghasilkan penelitian bahwa variabel kepercayaan, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah,

Ketujuh, Andespa (2017), melakukan penelitian yang berjudul “ Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menghasilkan penelitian bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah adalah faktor *marketing mix*, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi dengan persentase varian 74,462% yang artinya responden masih mempertimbangkan variabel yang diteliti, sedangkan sisanya 25,538% memperlihatkan variabel lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian ini.

Kedelapan, Saini, Bick, Abdulla (2011) melakukan penelitian yang berjudul “ *Consumer Awareness and usage of Islamic Banking Products in South Africa*” menghasilkan penelitian bahwa muslim sadar akan bank – bank Islam, tetapi penggunaannya rendah, karena nasabah muslim menganggap efisiensi, biaya bank yang lebih rendah, kesediaan mesin teller otomatis dan jaringan cabang yang luas sebagai faktor penting dalam memilih bank, dari pada motivasi agama untuk kepatuhan dengan konvensi Islam.

Kesembilan, Okomus dan Genc (2013) melakukan penelitian yang berjudul “*Interest Free Banking In Turkey : a Study Of Customer Satisfaction and Bank Selection*” menghasilkan penelitian bahwa pentingnya kepercayaan agama sebagai faktor utama dalam pemilihan bank.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu sama – sama menganalisis minat nasabah. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini lebih meneliti tentang menyimpan

dana dan obyek penelitiannya yaitu Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Malang.

B. Kerangka Teoritis

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat merupakan keinginan yang muncul dari suatu perhatian terhadap benda, barang atau juga dapat disebut sebagai dorongan ingin melakukan kegiatan tertentu. Menurut Ahmadi (2003:151) minat sama artinya dengan perhatian, antara perhatian dan minat pada umumnya dianggap sama atau tidak memiliki perbedaan. Antara perhatian dan minat selalu berhubungan dengan praktek. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap sesuatu disertai dengan minat.

Minat ialah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas dan situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dapat diartikan sebagai usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek (Shaleh dan Wahab, 2004:263)

Minat merupakan sikap seseorang (kognisi, konasi, emosi) yang tertuju pada sesuatu yang menimbulkan perasaan yang kuat. Menurut Ahmadi (2003:113) tiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat adalah sebagai berikut :

1). Kognisi (gejala pengenalan)

Merupakan proses memperoleh pengetahuan (termasuk perasaan, kesadaran) atau usaha untuk mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan ini melalui alat indera dan melalui akal.

2). Emosi (gejala perasaan)

Merupakan cenderung memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya, dengan kata lain merupakan perasaan yang mendorong individu untuk merespon terhadap stimulus, baik dari dalam maupun luar dirinya.

3). Konasi (Gejala Kemaian)

Merupakan aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan suatu tujuan, dengan kata lain konasi adalah kehendak atau hasrat.

Dari berbagai penelitian diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa minat merupakan sikap seseorang yang memiliki keinginan yang tinggi terhadap sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu.

b. Macam – Macam Minat

Menurut Shaleh dan Wahab (2004:263) berdasarkan timbulnya, arahnya, dan cara mengungkapkannya, minat dibagi menjadi tiga macam, yaitu sebagai berikut :

1) Berdasarkan Timbulnya

- a) Minat Primitif ialah minat yang timbul karena kebutuhan biologis (jaringan – jaringan tubuh)

b) Minat Kultural ialah minat yang timbul karena proses belajar (minat social)

2) Berdasarkan Arahnya

a) Minat Intrinsik ialah minat yang berhubungan langsung dengan aktivitas itu sendiri.

b) Minat Ekstrinsik ialah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.

3) Berdasarkan Cara Mengungkapkan

a) *Expressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta subjek mengutarakan senang atau tidak terhadap suatu hal, sehingga dari jawaban tersebut dapat diketahui minatnya.

b) *Manifest Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung.

c) *Tested Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif.

d) *Inventoried Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat – alat yang sudah distandarisasi.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Secara garis besar faktor yang menimbulkan minat terbagi menjadi dua yaitu yang berasal dari diri sendiri (umur, jenis kelamin, kepribadian, pengalaman) dan dari luar diri, mencakup lingkungan keluarga, lingkungan

sekolah, lingkungan masyarakat. Menurut Crow dan Crow dalam Shaleh (2004:264) terdapat tiga faktor yang menimbulkan minat, diantaranya adalah :

1. Dorongan dari dalam diri, misalnya rasa ingin tahu, memunculkan minat untuk mencari tahu (belajar)
2. Motif Sosial, sebagai pembangkit minat dalam melakukan sesuatu
3. Faktor emosional, berhubungan erat dengan emosi.

d. Minat dalam Perspektif Islam

Minat sebenarnya merupakan hal yang abstrak sehingga perlu diteruskan pada hal – hal yang konkrit. Ketika seseorang memiliki minat yang besar terhadap sesuatu namun tidak ada upaya untuk memilikinya, sehingga minat itu pun tidak ada gunanya. Dalam Al Quran hal tersebut diungkapkan pada ayat pertama dan surat pertama kali yang turun, yaitu perintah untuk membaca.

أَقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ أَلَمْ يَكُنْ الْأَكْرَمُ ۝
الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝

Artinya : (1) Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan (2) Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah (3) Bacalah, dan Tuhanmulah Yang Maha Pemurah (4) Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam (5) Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya (QS Al Alaq [96] : 1-5).

Membaca yang dimaksud bukan hanya membaca buku dalam arti tekstual namun juga meliputi semua aspek. Sehingga bakat dan minat merupakan karunia Allah SWT, namun bukan berarti seseorang tersebut hanya berpangku tangan dan minat bakat tersebut dapat berkembang dengan sendirinya. Sehingga seseorang

perlu untuk mengupayakan minat dan bakatnya agar dapat bermanfaat untuk orang lain (Saleh dan Wahab, 2004 : 273).

1. Kepercayaan

Merupakan keyakinan seseorang untuk menemukan apa yang diinginkan, kepercayaan didasarkan pada pengetahuan dan opini. Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen tentang objek, manfaat dan atributnya. Secara general pengertian kepercayaan berkaitan dengan adanya kepercayaan pihak pertama kepada pihak kedua dimana pihak kedua akan berperilaku yang mendatangkan hasil yang positif untuk pihak pertama (Sumarwan, 2011 : 166).

Kepercayaan (*trust*) merupakan kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan transaksi yang didasarkan pada suatu keyakinan bahwa orang yang dapat dipercayainya tersebut akan memenuhi kewajibannya sesuai dengan yang diharapkan (Subiantoro, 2012 : 46)

Green dalam Fasochah (2013 : 22) menjelaskan bahwa komponen kepercayaan adalah sebagai berikut :

a. Kredibilitas

Ialah kata – katanya dapat dipercaya atau bisa disebut dengan jujur. Kredibilitas ini berhubungan dengan *believability* (kepercayaan) dan *truthfulness* (kebenaran).

b. Reliabilitas

Ialah sesuatu tersebut dapat diandalkan (*reliable*). Sesuatu tersebut berhubungan dengan kualitas organisasi atau individu. *Reliabilitas*

berhubungan dengan tindakan dan erat kaitannya dengan *predictability* dan *familiarity* (keakraban).

c. *Intimacy*

ialah adanya konsistensi antara pikiran dan tindakan. *Intimacy* berhubungan dengan integritas yang berarti karyawan tersebut memiliki kualitas dan sebagai karyawan yang memiliki prinsip moral yang kuat.

2. Pelayanan

Pelayanan merupakan usaha melayani orang lain sehingga mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2012 : 356) pelayanan adalah setiap kegiatan ataupun tindakan yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Dalam arti lain pelayanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi keinginan maupun kebutuhan konsumen demi terciptannya sebuah kepuasan untuk konsumen itu sendiri. (Damayanti, 2016 : 5)

Menurut Tjiptono (2006 : 273) kualitas pelayanan terdapat lima dimensi, diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. *Tangible* (bukti fisik), yaitu meliputi fasilitas, penampilan fisik, peralatan karyawan, penampilan, alat – alat komunikasi.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai yang diinginkan secara akurat dan juga dapat dipercaya

- c. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan untuk dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan menyampaikan informasi secepat mungkin.
- d. *Insurance* (jaminan), yaitu kesopanan dan santun karyawan bank yang dapat berupa komunikasi, keamanan, kompetensi dan kredibilitas.
- e. *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dengan arti lain dapat merasakan apa yang dirasakan oleh nasabah.

3. Bagi Hasil

Sistem bagi hasil adalah sistem perjanjian dalam melakukan kegiatan usaha, dimana perjanjian tersebut memuat tentang bagi hasil keuntungan ataupun kerugian dalam menjalankan usaha seperti yang telah diperjanjikan oleh kedua belah pihak. Dalam perbankan syariah, bagi hasil merupakan salah satu sistem yang ditawarkan kepada masyarakat. Penentuan besaran porsi bagi hasil (nisbah bagi hasil) ditentukan diawal pada saat terjadinya kontrak perjanjian (akad) dengan kesepakatan kedua belah pihak dengan adanya unsur kerelaan (*an – taradhin*) atau tanpa paksaan.

Menurut Wahab (2016 : 3) mekanisme perhitungan bagi hasil yang diterapkan oleh perbankan syariah terdapat dua sistem ,yaitu :

a. *Profit sharing*

Profit sharing merupakan perhitungan bagi hasil yang berdasarkan hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi oleh

biaya – biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Istilah yang sering dipakai dalam perbankan syariah adalah *profit and loss sharing*, yang berarti pembagian untung dan rugi dari hasil pendapatan yang didapatkan dari usaha yang dilakukan. Secara teknis sistem *profit and loss sharing* merupakan perjanjian kerjasama antara pemodal dan pengelola modal dalam menjalankan usahanya yang telah terikat kontrak bahwa didalam usaha tersebut jika mendapatkan keuntungan akan dibagi kedua pihak sesuai dengan nisbah yang telah disepakati diawal perjanjian, dan juga jika usaha tersebut mengalami kerugian maka ditanggung bersama sesuai dengan porsi masing – masing.

b. *Revenue sharing*

Revenue pada prinsip ekonomi ialah total penerimaan hasil usaha dalam kegiatan produksi, yang merupakan jumlah total pengeluaran atas barang ataupun jasa dikalikan dengan harga barang tersebut. *Revenue* pada perbankan syariah ialah hasil yang diterima oleh bank dari penyaluran dana kedalam bentuk aktiva produktif, yaitu penempatan dana bank pada pihak lain. *Revenue sharing* ialah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada total seluruh pendapatan yang diterima sebelum dikurangi dengan biaya – biaya yang telah dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut.

4. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan informasi yang telah diproses untuk memperoleh pemahaman, pengalaman, pembelajaran, yang terakumulasi sehingga dapat diaplikasikan dalam masalah atau proses bisnis tertentu (Rosyid dan Saidiah, 2016:4). Pengetahuan mempunyai kemampuan perkiraan terhadap sesuatu sebagai hasil pengenalan pola atau bentuk. Data dan informasi terkadang membingungkan seseorang, maka diperlukan pengetahuan untuk mengarahkan tindakan.

Menurut Kotler (2000:401) tingkat pengetahuan konsumen dapat memproses informasi baru, yang digunakan dalam mengambil keputusan, dimana pengetahuan tersebut dibagi menjadi empat jenis pengetahuan produk, sebagai berikut :

a. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Nasabah dalam memilih produk didasarkan pada ciri atau karakteristik produk tersebut. Seorang nasabah dalam menginvestasikan uangnya dalam bentuk tabungan maupun deposito, maka nasabah perlu mengetahui jenis investasi, lama investasi, nisbah, bonus, dan lain – lain.

b. Pengetahuan tentang manfaat produk

Nasabah menginvestasikan ataupun menabung di bank syariah, dikarenakan telah mengetahui manfaatnya seperti terhindar dari riba, dapat berinvestasi secara halal dan juga terhindar dari perbuatan dzalim.

c. Pengetahuan tentang kepuasan suatu produk

Kepuasan konsumen akan timbul jika konsumen telah mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut. sebuah produk dapat memberikan kepuasan yang maksimal jika konsumen tersebut dapat mengonsumsi atau menggunakan produk tersebut dengan benar.

d. Pengetahuan tentang konsep dasar bank syariah

Gagasan yang sempurna dan bermakna yang bersifat universal sehingga bisa diterapkan secara merata sehingga konsep membawa arti yang mewakili objek yang mempunyai ciri yang sama sehingga membentuk kesatuan pengertian tentang persoalan yang dirumuskan.

5. Promosi

Promosi ialah salah satu cara bank untuk menarik dan mempertahankan masyarakat agar tetap menabung pada bank tersebut. dilain sisi, promosi yang dilakukan oleh bank juga bisa mengurangi minat masyarakat untuk menabung jika penyampaian promosi tersebut tidak tepat. Sehingga bank harus memanfaatkan media promosi yang berupa media elektronik, cetak maupun promosi langsung dengan baik dan benar (Astuti,2003).

Periklanan adalah sarana promosi bank dengan tujuan membangun kesadaran (*awareness*) terhadap keberadaan produk atau jasa bank, membujuk masyarakat untuk menggunakan produk ataupun jasa yang ditawarkan oleh bank dan juga menambah pengetahuan masyarakat akan produk maupun jasa yang ditawarkan oleh bank serta

untuk membedakan antara bank satu dengan bank yang lain. bentuk periklanan yang dilakukan oleh bank dapat berupa *billboard* di tempat – tempat strategis maupun di jalan – jalan, mencetak brosur yang disebarkan di setiap kantor cabang, dapat juga berupa pemasangan spanduk, media majalah, koran, televisi, radio dan sebagainya.



6. Penghimpunan Dana

a. Pengertian Dana

Dana merupakan uang tunai dan/atau aktiva lainnya yang segera dapat diuangkan dan yang tersedia atau disisihkan untuk maksud tertentu. Semakin besar dana yang dihimpun dari masyarakat, maka semakin besar pula pembiayaan yang dapat disalurkan, sebaliknya jika semakin kecil dana yang dihimpun dari masyarakat, maka semakin kecil pula dana yang dapat disalurkan (Pandia,2012:1)

b. Pengertian Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana merupakan kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana – dana dari masyarakat. Penghimpunan dana masyarakat di perbankan syariah menggunakan instrument yang sama dengan penghimpunan dana di bank konvensional, yaitu giro, tabungan, dan deposito. Ketiga jenis instrument ini biasa disebut dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) Walaupun menggunakan instrument yang sama, mekanisme kerja masing – masing instrument penghimpunan pada bank syariah berbeda dengan instrument penghimpunan bank konvensional. Perbedaan mendasar mekanisme kerja instrument penghimpunan dana bank syariah terletak pada tidak adanya bunga yang lazim digunakan oleh bank konvensional dalam memberikan keuntungan kepada nasabah. Larangan haramnya menggunakan mekanisme bunga bagi bank syariah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dalam fatwa DSN No.1 tentang Giro No. 2 tentang tabungan dan No. 3 tentang deposito (Yaya, dkk 2014:92)

Berdasarkan fatwa DSN No. 1 Tahun 2000 tentang giro, disebutkan bahwa mekanisme giro yang dibenarkan berdasarkan prinsip syariah adalah giro yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah. Dan juga, berdasarkan fatwa DSN No 2 tahun 2000 tentang tabungan, mekanisme tabungan yang dibenarkan bagi bank syariah adalah tabungan yang berdasarkan prinsip mudharabah dan wadiah. Adapun untuk deposito, tertuang dalam fatwa DSN No. 3 tahun 2000, bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah. Sehingga mekanisme penghimpunan dana pihak ketiga pada bank syariah hanya mengenal dua jenis, yaitu wadiah (titipan) dan mudharabah (bagi hasil).

1) Tabungan

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang perbankan, tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

2) Giro

Giro merupakan simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet, giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Jika penarikan dilakukan secara tunai, maka penarikannya menggunakan cek. Sedangkan untuk penarikan non tunai adalah menggunakan bilyet giro.

3) Deposito

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dana dan bank syariah dan/atau Unit Usaha Syariah (UUS). Dalam transaksi deposito mudharabah, nasabah bertindak sebagai pemilik dana (*shahibul maal*) dan bank bertindak sebagai pengelola dana (*mudharib*). Dalam kapasitasnya sebagai *mudharib*, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk bermudharabah dengan pihak lain.

Modal yang didepositokan harus dinyatakan dalam bentuk uang tunai bukan piutang. Siklus kegiatan deposito dimulai dari transaksi pembukaan deposito oleh nasabah. Pada saat itu, antara nasabah dan bank sudah menyepakati nisbah bagi hasil dasar dan jangka waktu deposito (tanggal pencairan deposito). Selama jangka waktu deposito, saldo deposito bersifat tetap, karena pengambilan atau penambahan deposito hanya dilakukan saat jatuh tempo atau saat penutupan jika ingin diambil sebelum jatuh tempo, bagi hasil yang diterima oleh nasabah dimasukkan ke rekening yang lain, dan pajak yang mesti dibayar langsung diambil dari bagi hasil yang akan diberikan kepada nasabah.

c. Manfaat Penghimpunan Dana

Menurut Pandia (2012:10) manfaat penghimpunan dana bagi para pihak, seperti bank, pemilik dana maupun pemerintah, adalah sebagai berikut :

1) Untuk Bank

Dari dana yang dihimpun, bank memiliki atau menambah modal kerja yang kemudian disalurkan melalui pembiayaan untuk masyarakat yang membutuhkan. Dari pemberian pembiayaan tersebut bank mendapatkan hasil timbal balik berupa margin ataupun bagi hasil.

2) Untuk Pemilik Uang

Sebagai pemilik uang berarti menjadikan uangnya produktif, yang awalnya hanya disimpan dicelengan ataupun di simpan rumah. Karena adanya usaha penghimpunan dana, uang yang menganggur tersebut menjadi produktif yang menghasilkan keuntungan.

3) Untuk Pemerintah

Dengan berhasilnya bank menghimpun dana masyarakat, berarti telah mengurangi volume uang yang beredar. Ini merupakan salah satu cara mengendalikan inflasi.

d. Menyimpan Dana dalam Perspektif Islam

Menyimpan dana merupakan salah satu cara untuk menyisihkan harta yang digunakan dalam rangka mempersiapkan pengeluaran penting dimasa mendatang, sehingga ketika telah tiba waktunya telah tersedia dana yang memadai. Dalam Al Quran terdapat beberapa ayat yang

menjelaskan secara tidak langsung mengenai perintah mempersiapkan

hari esok dengan lebih baik, diantaranya adalah sebagai berikut :

وَلِيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةَ ضِعْفًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٩﴾

Artinya : Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar (QS An Nisa [4]; 9)

أَيُّودُ أَحَدُكُمْ أَنْ تَكُونَ لَهُ جَنَّةٌ مِّنْ نَّخِيلٍ وَأَعْنَابٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ لَهُ فِيهَا مِنْ كُلِّ الثَّمَرَاتِ وَأَصَابَهُ الْكِبَرُ وَلَهُ ذُرِّيَّةٌ ضِعْفًا فَأَصَابَهَا إِغْصَارٌ فِيهِ نَارٌ فَاحْتَرَقَتْ ۚ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢٦٦﴾

Artinya : Apakah ada salah seorang di antaramu yang ingin mempunyai kebun kurma dan anggur yang mengalir di bawahnya sungai-sungai; dia mempunyai dalam kebun itu segala macam buah-buahan, kemudian datanglah masa tua pada orang itu sedang dia mempunyai keturunan yang masih kecil-kecil. Maka kebun itu ditiup angin keras yang mengandung api, lalu terbakarlah. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepada kamu supaya kamu memikirkannya (QS Al Baqarah [2]; 266)

Dari kedua ayat tersebut seseorang dianjurkan untuk mempersiapkan masa depan keturunan, baik secara rohani (iman dan taqwa) maupun secara ekonomi. Salah satu cara mempersiapkannya adalah dengan menyimpan dana.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

